

Explorando as Dimensões da Arte Urbana a partir das Apropriações¹

Jan Klever Oliveira LINHARES²
Júlio Silva RODRIGUES³
Moema Mesquita da Silva BRAGA⁴
Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo é resultado do desejo de compreender a arte urbana e as transformações físicas e sociais que a perseguem desde os guetos nos Estados Unidos no século XX ao espaço publicitário em uma metrópole brasileira nos dias atuais. Fundamentados por Gitahy e Pallamin, exploramos as dimensões que, por exemplo, o *graffiti* percorre em uma cidade. Por último, mostramos dois casos atuais que tornam nítidos o apoderamento da arte de rua pelos setores privado e publicitário.

Palavras-chave: Arte Urbana; *Graffiti*; Urbanismo; Sociedade; Publicidade.

1 Introdução

Com a observação do espaço urbano inúmeros objetos se interligam entre si, com a cidade e seus transeuntes. Neste trabalho falaremos sobre a arte urbana, com ênfase no visual. Para isso, dividimos o trabalho em três etapas. A saber: o início, abordando origem e definições para arte urbana; o meio, com foco em compreender cidade e passante; e o (sem) fim, onde de fato discutiremos transformação e apropriação em relação a arte de rua. A discussão nesta última etapa é o objetivo real deste artigo.

A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica com o auxílio de autores como Gitahy, Pallamin, Hunter, Sousa, Argan, Coli, Machado, Araújo; Martins Filho e Lefebvre, mas enriquecida com a pesquisa na internet, a observação na cidade de Fortaleza e a discussão desse assunto entre amigos e colegas da área. Com toda pesquisa, o que antes parecia superficial mostra-se rico e complexo, com assuntos de geografia e sociologia.

No campo do visual, as artes urbanas destacam-se na luta por espaço junto com as publicidades e as demais poluições visuais presente nas metrópoles. Este artigo tem o objetivo de discutir as transformações da arte de rua e sua transição do marginal para o

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Fa7, e-mail: janklever@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Unifor, e-mail: juliorodriguesp@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade 7 de Setembro (Fa7), e-mail: moemabraga@gmail.com.

meio comercial. Com a ajuda de dois exemplos visualizaremos o ponto de união da arte pública para o privado ou como pode haver uma transformação com o objetivo da transmissão de uma ideia por parte da publicidade.

Observaremos que a visão dos passantes por arte urbana vem se transformando, desde a cena do *hip-hop* norte-americano, ganhando força e espaço no metrô de Nova York através do *graffiti* durante o fim do século XX, até seu destaque em feiras, exposições e galerias de arte do mundo inteiro.

2 O início: Origem e Definição de Arte Urbana

Não apenas o *graffiti*, mas, para muitos autores, toda forma de arte visual tem seu nascimento nas pinturas rupestres. Tais gravuras datadas do período Paleolítico Superior fascinam até hoje estudiosos e pesquisadores e representam marco de origem das produções artísticas contemporâneas. Segundo Gitahy (1999, p.11), "pinturas rupestres são os primeiros exemplos de *graffiti* que encontramos na história da arte".



Figura 1: Murais descobertos em março de 2015 no sítio arqueológico Sheikh Abd el-Qurna, no Egito.
 Fonte: Ministry of Antiquity, Egypt.

Durante a Idade da Pedra Lascada, como é chamado o período Paleolítico, o homem iniciou em sua narrativa do cotidiano em paredes de cavernas e tal narrativa foi se transformando com o passar do tempo. Na Antiguidade a expressão passou para o campo da pintura de murais, que pode ser observado em murais egípcios (ver Figura 1) nos túmulos dos faraós já com a presença de imagens e textos (hieróglifos), mas não apenas no Antigo Egito podemos observar tais manifestações culturais.

Essa função de expressão artística (murais) foi utilizada desde o Extremo Oriente, Índia, China e por todos os povos do Mediterrâneo. Assim como os murais narrativos dos egípcios, os murais descobertos em Pompeia nos fazem supor a qualidade da pintura alcançada pelos romanos. Sabe-se que, nesse período, já se utilizava também a têmpera, outra forma de sobre gesso úmido, que se estende desde a Idade Média e atinge seu ponto máximo com a utilização de artifícios de perspectiva nas cúpulas de igrejas e palácios, deixando aparecer imagens do céu. (GITAHY, 1999, p. 14).

Essa ligação da pintura rupestre com as artes urbanas não é predominantemente aceita entre os autores. Os que discordam apontam sua origem apenas no século XX que de fato está diretamente ligado ao urbanismo.

A partir do século XX passamos para o muralismo contemporâneo e já em 1905 encontram-se manifestos em defesa da arte pública. No México, murais eram pintados em prédios públicos. Já no Brasil, durante os anos de 1950 vários murais foram pintados em fachadas de edifícios narrando a história e a arte brasileira. Nessa época a fachada do Teatro de Cultura Artística em São Paulo foi pintada por Di Cavalcanti. O painel chamado Alegoria das Artes passou por uma restauração em 2010 após um incêndio dois anos antes.

Mas afinal, o que é arte urbana? Essa difícil definição passa pela subjetividade do que é arte e não-arte, e ainda assim, arte e belo não são definições que obrigatoriamente se relacionam. Para Coli (1995, p. 8), arte "são certas manifestações da atividade humana diante das quais nosso sentimento é admirativo". Ao se aprofundar compreende-se que a percepção de arte torna-se fácil quando falamos, por exemplo, do quadro Guernica de Pablo Picasso ou o livro A Divina Comédia de Dante Alighieri e que tal compreensão passa por confusões ao observar a obra Urinol de Marcel Duchamp, um simples mictório conservado em museu. Nessa obra fica claro que a arte não precisa ser bela para ser arte. Argan (2014, p. 20) acredita que para um objeto na contemporaneidade ser qualificado arte ou não, só depende da atitude e intenção da dupla: artista e espectador.

A arte passa a ser urbana quando se funde à efemeridade do mundo moderno-contemporâneo das cidades. As artes urbanas são manifestações artísticas que possuem na cidade sua inspiração ou plano de fundo.

Os significados da arte urbana desdobram-se nos múltiplos papéis por ela exercidos, cujos valores são tecidos na sua relação com o público, nos seus modos de apropriação pela coletividade. Há uma construção temporal de seu sentido, afirmando-se ou infirmando-se. Assim, tais práticas artísticas podem contribuir para a compreensão de alterações que ocorrem no urbano, assim como podem também rever seus próprios papéis diante de tais transformações: quais espaços e representações modelam ou ajudam a modelar, quais balizas utilizam em suas atuações nesse processo de construção social. (PALLAMIN, 2000, p. 19)

A arte urbana se deu a partir de transformações socioeconômicas e teve seu berço em grandes centros comerciais com o *graffiti* como sua principal vertente. Tais atividades urbanas são produzidas praticamente em duas situações: para mostrar, delimitar, apropriar ou para dar voz, transmitir, reivindicar.

Visto por muito como o maior centro urbano, a cidade de Nova York viu uma proliferação da arte da lata de *spray* em 1970, em especial nos trens de metrô. Esse movimento havia, na verdade, começado na Filadélfia, onde peças de larga escala que surgiram na década de 1960 redefiniram o meio, com ativista políticos fazendo declarações e gangues de rua delimitando seus bairros. (HUNTER, 2013, p.12)

Esse nascimento da arte de rua como expressão de resistência, não culta e não erudita, foi marcada pelo *hip-hop* nos Estados Unidos. A arte visual se misturou com a música criando toda uma prática criativa entre o fim do século XX e início do século XXI. Assim como nos Estados Unidos, no Brasil a arte urbana nasce na periferia como meio de imprimir pela cidade os anseios e a presença desses "marginalizados". Dos guetos, aos poucos, a arte urbana foi se proliferando e demarcando sua presença nas metrópoles. Nos Estados Unidos, os trens do metrô de Nova York tornaram-se telas quando, segundo Hunter (2013, p. 13), "a arte de rua literalmente se tornou *underground* no início de 1970". Essa arte de rua transformou o urbano: cidade, relações sociais e passantes.

3 O meio: Cidade e Passantes

Tela e palco de todo acontecimento, a cidade é o fator motivacional na significação social entre cultura e política. É devido a vida urbana utopicamente organizada

que, numa intensa relação com o ser e o ambiente, as práticas de reivindicação ou participação se desenvolvem.

É difícil a definição de cidade devido sua complexidade. Vários autores já tentaram tal feito. Segundo Lefebvre (2001, p. 49) uma cidade "concentra não só a população, mas os instrumentos de produção, o capital, as necessidades, os prazeres". Tal concepção tem fundamentos na economia, mas para Sousa (2003, p. 28) não é apenas isso, "a cultura desempenha um papel crucial na produção do espaço urbano e na projeção da importância de uma cidade para fora de seus limites físicos". Economia, cultura, geografia, sociedade; extensa é a lista de fatores que permeiam cidade e espaço urbano. Sousa completa:

Uma cidade é um local onde pessoas se organizam e interagem com base em interesses e valores os mais diversos, formando grupos de afinidade e interesse, menos ou mais bem definidos territorialmente com base na identificação entre certos recursos cobiçados e o espaço, ou na base de identidades territoriais que os indivíduos buscam manter e preservar. (SOUSA, 2003, p. 28)

Essa variedade de interesses tem a ver com local onde se vive e o setor social que ocupa cada indivíduo. De fato, os centros urbanos hoje integram mais da metade da população mundial, segundo o relatório⁵ da ONU⁶. São nessas grandes metrópoles que podem ser encontrados a maior variedade de expressões culturais, assim como também são nelas que habitam grandes tensões sociais. A arte urbana nasceu com necessidade de expressar essas tensões vivenciadas nos grandes centros urbanos. Na contemporaneidade, com o crescimento populacional e a forte migração humana para as cidades, a arte urbana se torna manifestação artística de grande expressividade.

No quesito reivindicação a pichação destaca-se dentre as artes urbanas devido todo seu teor histórico. Excluindo o fator pejorativo existente no Brasil, podemos distinguir pichação de *graffiti* afirmando que o primeiro privilegia a palavra; o *graffiti*, a imagem. Porém ambos estão inseridos igualmente nas artes urbanas, em comum com o material e o suporte: a tinta e a cidade.

⁵ Relatório *World Urbanization Prospects* (Perspectivas da Urbanização Mundial) de 2014 do Departamento dos Assuntos Econômicos e Sociais.

⁶ Sigla de Organização das Nações Unidas.

A pichação, como um ato de escrever em muros e paredes, não surgiu na sociedade moderna, há relatos já na Antiguidade onde o suporte urbano era utilizado como praça para a transmissão de ideais, desejos e insatisfações, como relato por Celso Gitahy:

A pichação não é exclusividade das sociedades atuais. Ao contrário, as paredes das cidades antigas eram tão pichadas quanto as de hoje, ou muito mais. Havia de tudo nessas pichações. A julgar pelas paredes de Pompeia, cidade vitimada pela erupção do vulcão Vesúvio em 24 de agosto de 79 a.C., e por isso preservada, predominavam xingamentos, cartazes eleitorais, anúncios, poesias, praticamente tudo se escrevia nas paredes. Já na Idade Média, época em que a Inquisição perseguia e castigava as bruxas, cobrindo-as com uma substância betuminosa chamada piche, os padres pichavam as paredes dos conventos de outras ordens que não lhes eram simpáticas. (GITAHY, 1999, p. 20)

O fato é, o que é posto no urbano tornar-se-á para ele. Esses *graffitis* não são subversivos a cidade, não são itens alheios ao meio, eles fazem parte da cidade, eles integram o urbano. Ainda assim, a arte urbana é uma arte marginal que vem passando por aceitação desde o seu surgimento.



Figura 2: *Graffiti* do artista cearense Luz na Praia de Iracema em Fortaleza.
 Fonte: Página do artista Luz no Facebook.

Da subversividade da produção da arte urbana durante a madrugada, evitando qualquer registro ou identificação da obra com o autor de fato, que prevalecia no início passamos para absorção dessas práticas devido todo um trabalho com o ganho que a mesma teve em locais não subjugados como as galerias de arte. Exposições em museus, projetos de incentivo e feiras promovidas ou patrocinadas por órgãos públicas fizeram com que essa arte de rua fosse vista por um outro ângulo: o da transmissão de mensagens; gritos; manifestações; como o existente na música, na literatura ou na arte erudita.

O que antes era de um senso do artista passa pelas avaliações segundo a vivência de cada observador. Segundo Araújo; Martins Filho (2015, p. 5-6), "o que enxergam tem relação com suas memórias, com seus desejos, com seus medos, a imagem deixa de ser apenas do grafiteiro para tornar-se parte das pessoas". Com essa apropriação interna da obra e a interpretação de cada um que a torna menos efêmera, é isso que devemos discutir.

4 O (sem) fim: Transformação e Apropriação

Um artista urbano nunca tem a certeza de até quando sua obra estará exposta. A ação do tempo, o desenvolvimento da cidade ou o desrespeito pelo trabalho apagado com tinta ou coberto por cartazes de festas são alguns dos muitos fatores recorrentes quando se trata da exposição pública. O que é fato é que este trabalho proveniente das inquietações da cabeça do artista se torna as inquietações da vida urbana e passa a demarcar a cidade e ao mesmo tempo fazer parte da vida dos passantes. Essa relação entre a obra e os habitantes da cidade, independente das formas de apropriação vivenciadas por cada um, é o que torna a arte urbana, de fato, pública.

Embora tenha nascido como uma forma de *invasão* do espaço urbano e ao mesmo tempo ser uma expressão de resistência aos sistemas vigentes, aos poucos a arte urbana vai ganhando novos formatos, novas expressões e motivações. Tais variações fornecem novas configurações e categorias para a arte urbana que hoje já vem sendo utilizada de forma comercial por grandes empresas.

Em maio de 2014 a empresa aérea brasileira Gol apresentou um dos maiores exemplos da arte urbana que foi apropriada pelo setor privado e ainda assim destinada ao público, um avião grafitado pelos artistas plásticos Otávio e Gustavo Pandolfo, Os Gêmeos (ver Figura 3). O avião, que durante os jogos da Copa do Mundo daquele ano transportaria a seleção brasileira, recebeu uma pintura mais que especial assinada pelos artistas. Foram

mais de cem horas e mil latas de *spray* de tintas no projeto que foi planejado e idealizado pela agência 9ine.



Figura 3: *Boeing* grafitado pelos artistas Os Gêmeos. Fonte: Divulgação Gol.

Segundo a Gol, a escolha pelo tema e artistas foi baseado segundo os pilares: brasilidade, democracia e diversidade. Esse trabalho mostra que a essência do *graffiti* não foi perdida devido ao trabalho nitidamente comercial. As empresas parecem saber utilizar-se das artes urbanas extraindo o que as representam no intuito de alcançar um *target* da melhor forma que lhe é devida. Pelo relato dos artistas, reproduzido abaixo, é possível perceber a felicidade na produção deste projeto.

Criamos esse trabalho pensando nos usuários do avião. Pintamos a aeronave para quem está no aeroporto, para quem trabalha dentro dela, para o rapaz que está fazendo uma ponte aérea para ver a namorada, o outro que vai resolver um trabalho, a menina que vai ver a família... A ideia é mudar o cotidiano das pessoas através da arte. Esse é nosso foco, independente de quem são elas. O que importa é surpreender uma criança que está esperando no saguão do aeroporto, e que de repente verá um avião completamente diferente do normal. (Os Gêmeos, BLOG DA GOL, 2014)

Outro exemplo de trabalho publicitário bem executado com o intermédio da arte urbana é o da campanha para o Disque Denúncia da Prefeitura do Rio de Janeiro desenvolvida pela agência Giovanni+Draftfcb em 2011. Muros, em pontos estratégicos da cidade, foram grafitados pelo artista Tito Senna incentivando denúncias e divulgando o número de telefone. A campanha utilizou os seguintes títulos: “É um disque-delivery: você liga e os bandidos recebem a polícia na porta de casa” (ver Figura 4), “Primeiro Graham Bell

assombrou o mundo com o telefone. Depois assombrou os bandidos” e “Crimes são como quebra-cabeça: quanto mais ligações, mais fácil encontrar a solução”.



Figura 4: Muro da campanha do Disque Denúncia no Rio de Janeiro. Fonte: Borges.

O que nasceu como voz de uma sociedade marginalizada, hoje é identidade urbana e cultural; o que foi crime, hoje é obra de exposição em grandes museus. Suas referências se perdem e multiplicam-se nos espaços públicos e privados.

5 Considerações Finais

Abordamos arte em sua origem histórica e definições para iniciar arte urbana, explorando-a e analisando seu contato com a cidade e o passante e sua expansão do público para o privado. Foi possível perceber que sua posse por parte de passantes, da publicidade e do setor privado culmina em sua aceitação e a retira da região marginalizada que se encontrava para algumas pessoas.

Com o objetivo de explorar as dimensões da arte urbana buscamos o que autores disseram para desenvolver o que havíamos observado sobre o assunto em nossa cidade e abordamos dois exemplos de apropriação da arte urbana pelo setor privado e a publicidade. Com esta pesquisa, ficou claro que está havendo uma apropriação da arte

urbana por parte das empresas que viram nessa expressão uma forma de agregar valor à sua imagem e que isso é reflexo do distanciamento de concepções prévias negativas.

Este trabalho foi importante para o aprofundamento deste tema que nos permitiu aperfeiçoar competências de investigação, discussão e compreensão. A relação da Comunicação com a cidade é o nosso maior alvo de interesse em pesquisa e desenvolvimento. De um *graffiti* na tampa de um bueiro à uma placa com tipografia vernacular e cores chamativas, nos desperta o interesse com suas importâncias, motivos e estilos, muitas vezes fundidos. Em trabalhos futuros, temos a intenção de compreender como essa migração vem sendo vivenciada pelos artistas e como as pessoas que recebem essa arte compreendem esse processo.

Referências

ADNEWS [Internet]. **Os Gêmeos pintam avião da Seleção Brasileira.** São Paulo, maio de 2014. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/out-of-home/os-gemeos-pintam-aviao-da-selecao-brasileira/>>. Acesso em 9 de julho de 2015.

ARGAN, Giulio Carlo. **História da arte como história da cidade.** São Paulo: Martins Fontes, 2014.

BLOG DA GOL [Internet]. **Avião da Gol ganha grafite de OSGEMEOS.** São Paulo, maio de 2014. Disponível em: <<http://blog.voegol.com.br/index.php/gol/os-gemeos-pintam-aviao-gol/>>. Acesso em 9 de julho de 2015.

BORGES, Vitor. Vblog [Internet]. **Muros viram outdoors em campanha da Giovanni+DraftFCB.** Rio de Janeiro, abril de 2011. Disponível em: <<http://vborges.net/vblog/2011/04/06/muros-viram-outdoors-em-campanha-da-giovannidraftfcb/>>. Acesso em 10 de julho de 2015.

COLI, Jorge. **O que é arte.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

COOPER-WHITE, Macrina. Brasil Post [Internet]. **Descobertos em Luxor túmulos da antiguidade egípcia com murais assombrosos.** Nova York, abril de 2015 Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/04/09/luxor-egito-tumulos_n_7000092.html>. Acesso em 6 de julho de 2015.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

GOMES, Augusto. Último Segundo [Internet]. **Painel de Di Cavalcanti no Cultura Artística é restaurado.** São Paulo, julho de 2010. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/painel-de-di-cavalcanti-no-cultura-artistica-e-restaurado/n1237698355173.html>>. Acesso em 6 de julho de 2015.

HUNTER, Garry. **A arte urbana ao redor do mundo.** São Paulo: Madras, 2013.

LEFEBVRE, Henry. **A cidade do capital.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

ARAÚJO, Alessandra Oliveira; MARTINS FILHO, Tarcísio Bezerra. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 17., 2015, Natal. **Os graffitis, os transeuntes e o ciberespaço**. São Paulo: Intercom, 2015.

PALLAMIN, Vera M. **Arte Urbana**. São Paulo: Annablume Editora, 2000.

SODRÉ, Rachel Fontes. **Tintas nos muros: um estudo sobre a produção de grafite do Rio de Janeiro**. 2008. 239 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2008.

SOUSA, Marcelo Lopes de. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

UNRIC - Centro Regional de Informação das Nações Unidas [Internet]. **Relatório da ONU mostra população mundial cada vez mais urbanizada, mais de metade vive em zonas urbanizadas ao que se podem juntar 2,5 mil milhões em 2050. Nova York, julho de 2014**. Disponível em: <<http://www.unric.org/pt/actualidade/31537-relatorio-da-onu-mostra-populacao-mundial-cada-vez-mais-urbanizada-mais-de-metade-vive-em-zonas-urbanizadas-ao-que-se-podem-juntar-25-mil-milhoes-em-2050/>>. Acesso em 10 de julho de 2015.